Díptico para ser leído con máscara de luchador mexicano

I – La Era del Karaoke

Los cactus han brotado en el verano, uniformes, livianos, instantáneos.
Se los ve desde el bar Oro Preto *(sic)*, en el declive de una tarde bochornosa.
Se oye hablar de palmeras en dunas de arenas blancas,
y playas vírgenes de agua cristalina, y cardúmenes que se abren
como estallidos multicolores, se oye el hielo derretirse en vasos
de cuello largo, y motores que regulan en el semáforo de la avenida,
mientras suenan los primeros acordes del tema musical de ***Titanic***.
Están en un extremo de la peatonal Drago, frente al bar Oro Preto, están entre los cactus, bajo el cartel azul y verde que dice MOVISTAR,
ante un mundo iluminado por celulares y sonrisas ploteadas en el vidrio.

¡DUPLICATE! ¡RECARGAME! ¡SOMOS MÁS!

Pero ellos no son parte de la campaña publicitaria de MOVISTAR,
tampoco lo son los cactus, aunque una mujer le dice a otra: *mirá qué lindos*
los cactus que puso MOVISTAR! Pero los cactus instantáneos,
uniformes y estampados sobre una gruesa lona vinílica, no forman parte
de la campaña publicitaria de MOVISTAR, están ahí
para simbolizar el desierto aún presente en la ciudad,
están ahí para recordarnos que el desierto
sigue ahí, bajo el cemento. Aunque es cierto
que son lindos y que los artistas se inclinaron
por la misma tonalidad de verde que los creativos de la transnacional.
Ahora, desde una mesa en la vereda del bar Oro Preto,
asistimos al hundimiento del Titanic, que este grupo
(dos sikus, dos parlantes, una quena, un amplificador TONOMAC, una flauta de pan)
interpreta con entusiasmo andino entre cactus de lona vinílica,
ante un cardumen multicolor de celulares que se recargan y se duplican
en la pecera telefónica. El Titanic, en la versión electro-kolla, más que hundirse,
se disuelve en trinos de quena y siku, y he aquí a los músicos,
sobrevivientes tenaces del naufragio de un continente, en los estertores
de la era del karaoke, con sus ropajes que juzgamos típicos, aunque no sepamos
típicos de qué, de pie y agradeciendo la llovizna
de aplausos que no bien
toca el desierto, se evapora.

II – Señas de identidad

Para el taxista que mira en diagonal el conjunto
desde su parada en Avenida Colón
son bolivianos, pero están
disfrazados de otra cosa; para el cafetero que atraviesa la peatonal
con su carrito de metal lleno de termos
son paraguayos que se hacen los bolivianos, y además
hacen playback; para el cajero del bar Oro Preto
son todos de Fuerte Apache, si bien concede
que la versión de **Chiquitita** es lo mejor de un repertorio
marcadamente multicultural, y a él, en particular, le gusta;
para el guardia de seguridad privada de MOVISTAR
son un objeto a desalojar, tarde o temprano, cuando le den la orden;
para las administrativas de la Universidad Nacional del Sur
que se hacen un minuto y toman un café, las plumas del vestuario son
de papagayos amazónicos, y sus colores: *¡heer-mo-sos!*;
para el productor agropecuario que en su camioneta exhibe

CAMBIEMOS
y
ESTAMOS CON EL CAMPO

como quien dice *estoy conmigo y cambio*
para seguir siendo yo mismo junto a mí,
en un ejercicio de solidaridad identitaria
difícil de superar, son bolivianos que se cansaron
de juntar cebolla en Mayor Buratovich y ahora se dedican
al arte musical; para el Presidente de la Nación Nicolás Avellaneda
el problema es el desierto; para el joven abogado Estanislao Zeballos
se trata de quitarles el caballo y la lanza y obligarlos
a cultivar la tierra con el Rémington al pecho, diariamente;
para el Ministro de Guerra Julio Argentino Roca 1 Rémington se carga
15 indios a la carrera, el resto es hacer cuentas,
y embolsar; para el periodista que se arrima
con espíritu etnográfico y pregunta:
¿de dónde son? la respuesta es: *vamos*
a Monte Hermoso, después a San Antonio,
hacemos la costa, y tenemos
una oferta imperdible: *The best of siku, volumen cinco, que contiene*
La casa del sol naciente, Imagine, Hotel California, Cuando los ángeles lloran,
y la versión de ***Chiquitita*** *que acabamos de escuchar,*
a sólo cien pesos,
por ser usted.

==/ **Marcelo Díaz**

notas

Fuerte Apache es el nombre con el que popularmente se conoce al barrio Ejército de los Andes, ubicado en la localidad de Ciudadela, en el conurbano bonaerense. Es un complejo habitacional de alrededor de cinco mil viviendas, en edificios de diez pisos, habitados por más de treinta y cinco mil personas. Se construyó en etapas entre los años 60 y 70 como parte del Plan de Erradicación de Villas de Emergencia. En 1976 la dictadura militar lo bautizó «Ejército de los Andes», nombre que quedó en el olvido cuando el periodista José de Zer, transmitiendo en medio de un tiroteo, lo rebautizó como «Fuerte Apache».

Cambiemos es el nombre de la alianza política que ganó las elecciones en 2015 y gobierna actualmente en Argentina, integrada por el Pro (la fuerza política del presidente Mauricio Macri) y la centenaria Unión Cívica Radical.

«Estamos con el campo» fue la consigna con la que se identificaron las organizaciones del sector empresario agro-ganadero (Sociedad Rural Argentina, CONINAGRO, Confederaciones Rurales Argentinas, y Federación Agraria Argentina) en el año 2008, durante el conflicto de ciento veintinueve días que mantuvieron con el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, que incluyó marchas, cortes de ruta y un lock out que provocó desabastecimiento en las principales ciudades como resistencia ante la Resolución n.º 125/2008 que establecía retenciones impositivas móviles a las exportaciones de soja, trigo y maíz.

Mayor Buratovich es una localidad del partido de Villarino, ubicada a noventa y tres kilómetros de la ciudad de Bahía Blanca, en el sur de la provincia de Buenos Aires. Su producción principal es el cultivo de cebolla, actividad de la que participa una numerosa colectividad inmigrante proveniente de Bolivia.

Nicolás Avellaneda fue presidente de la República Argentina entre 1874 y 1880. Durante su gobierno el «problema del indio», que desvelaba a los estancieros bonaerenses, se intentó resolver en un primer momento de manera defensiva. Su Ministro de Guerra, Adolfo Alsina, mandó construir una línea de 374 km de fortines unidos por una zanja de 3,50 metros de ancho por 2,60 metros de profundidad, entre Italó, en el sur de Córdoba, y Nueva Roma, cerca de Bahía Blanca, que se conoció como Zanja de Alsina. Muerto Alsina en 1877, su reemplazante, Julio Argentino Roca, iniciaría una política ofensiva, de avance sobre los territorios indígenas, conocida como «Conquista del Desierto».

Estanislao Zeballos, abogado y naturalista, publicó en 1878, a pedido del entonces Ministro de Guerra Julio Argentino Roca, *La conquista de quince mil leguas*. La obra, escrita en pocos meses, era un alegato a favor de avanzar sobre los territorios indígenas destinado a convencer a los miembros del Congreso de la Nación Argentina para que financiaran la campaña.

Julio Argentino Roca, dos veces Presidente de la República Argentina (entre 1880 y 1886 y entre 1898 y 1904), fue el ideólogo y el artífice de la «Conquista del Desierto». La campaña militar se desarrolló entre 1878 y 1885. Fue un verdadero etnocidio de los pueblos tehuelche, mapuche y ranquel. Los sobrevivientes fueron separados por sexo y enviados los hombres a servir como mano de obra esclava a los viñedos de cuyo y a las plantaciones de caña de azúcar en el norte argentino, y las mujeres enviadas a Buenos Aires como personal doméstico de las familias de la oligarquía porteña.